

Pesquisa

# Mulheres no Setor de GLP

Setembro  
de 2022



# Premissas

- » A presença das mulheres é uma realidade no mundo corporativo. Elas respondem, hoje, por uma parcela importante do poder de decisão na aquisição de produtos e serviços. Porém a participação feminina nas empresas ainda é tímida, principalmente em setores voltados para atividades “culturalmente” ocupada por homens e em papéis de liderança e governança.
- » O objetivo desta pesquisa foi obter um panorama, com olhar no setor de GLP, para compreender os desafios da mulher no mercado de trabalho, inclusive possíveis percepções sobre desafios, oportunidades e demais aspectos relacionados.

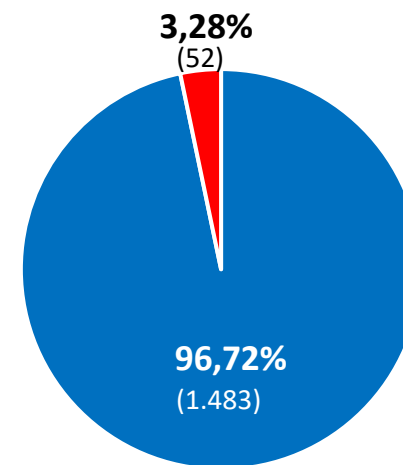


# Disclaimer



» Para realização desta pesquisa foi solicitada autorização do respondente ao fornecimento de informações de alguns Dados Pessoais Sensíveis (rol elencado no inciso, II do artigo 5º na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD), mais especificamente, dados sobre sua origem racial, identidade de gênero, orientação sexual. As opções eram de múltipla escolha, com campo oportunizando quem preferia não responder. Esses dados serão somente utilizados para a finalidade específica da pesquisa e de forma confidencial (sem que o titular possa ser posteriormente identificado), sendo disponibilizado o resultado da pesquisa de forma consolidada.

Desta forma, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa e estou de acordo com a divulgação dos dados obtidos neste estudo, que será realizado de forma agregada, sem identificação dos participantes. Em conformidade com a LGPD, solicitamos seu consentimento específico e destacado para essa coleta. Por favor, clique em uma das opções abaixo: *(1.535 Respostas)*



- Eu concordo em fornecer dados sobre minha origem racial, identidade de gênero, orientação sexual para a finalidade acima descrita.
- Eu não concordo em fornecer dados sobre minha origem racial, identidade de gênero, orientação sexual para a finalidade acima descrita.



# ESCOPO



- » **METODOLOGIA:** Quantitativa.
- » **PÚBLICO-ALVO:** Colaboradores, homens e mulheres, das empresas associadas ao Sindigás, que juntas representam quase 100% do setor de GLP no Brasil.
- » **ABRANGÊNCIA:** Nacional (Todas as UFs).
- » **AMOSTRA:** não probabilística por conveniência. Participaram do estudo:
  - ✓ **1.535 colaboradores;**
  - ✓ **1.483** respostas **válidas** (total consolidado);
  - ✓ **788** identificados como **mulheres.**
- » **Período:** Setembro de 2022.



# RESULTADOS MULHERES



# Perfil Pessoal

## Highlights

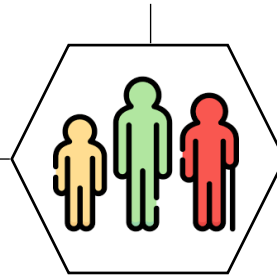
### Mulheres



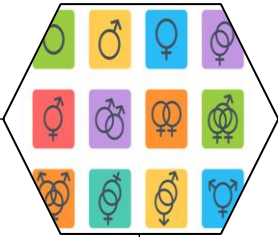
» **57,4%** são da cor/raça branca  
**30,7%** parda  
**9,1%** negras



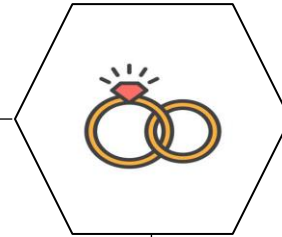
» **57,9%** tem entre 26 e 41 anos  
**24,6%** entre 42 e 57 anos  
**1,78%** acima de 57 anos



» **91,6%** são heterossexuais



» **42,4%** são casados  
**39,2%** solteiros  
**9,6%** vivem em união estável



» **55,7%** Região Sudeste  
**14,7%** Nordeste  
**12,1%** Sul



» **48,2%** é responsável pela renda da família



» **49,6%** Não tem filhos  
**29,6%** Tem 1 filho  
**20,6%** Tem 2 ou mais filhos  
» **39,2%** dos casos em que se aplica, o cuidado é compartilhado

# Perfil Acadêmico/ Profissional *Highlights* Mulheres

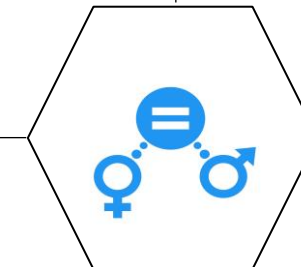
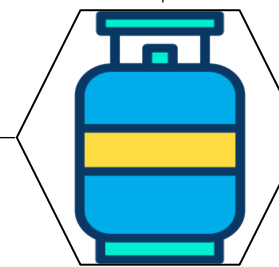


» **67,7%** utilizam as redes sociais para se manterem atualizados;  
**9,8%** jornais e revistas;  
TV Aberta e TV Fechada disputam o 3º lugar com **7,0%** cada.

» **29,6%** adm./financeira;  
**26,8%** comercial;  
**11,8%** gestão de pessoas.

» **29,6%** trabalha há mais de 10 anos no setor de GLP.

» **59,9%** diz que a equidade de gênero é abordada na sua empresa.



» **43,4%** possuem pós-graduação (versus 39,9% dos homens);  
**44,4%** ensino superior;  
**9,3%** ensino médio.

» **76,4% não** ocupa cargo de gestão (versus 41,5% dos homens).

» Postagens em redes sociais, ações para o desenvolvimento do público feminino, eventos em datas comemorativas e workshops lideram o *ranking*.

# Questões de Gênero

## Highlights Mulheres

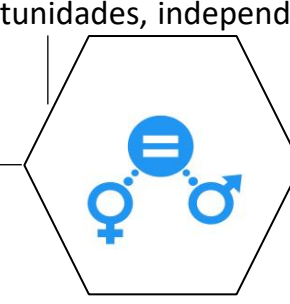
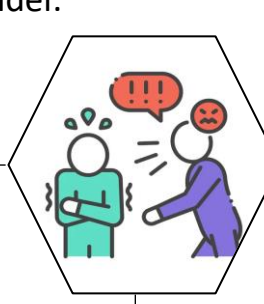
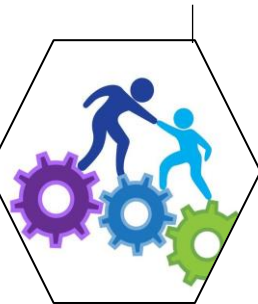
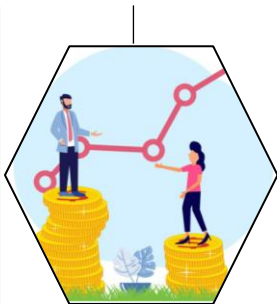


» **41,9%** se diz confortável com o equilíbrio entre homens e mulheres em cargos de liderança.

» **27,3%** atribuem à falta de oportunidade na empresa o motivo de não chegarem ao topo da carreira; **26,9%** preferiram não responder

» Mas **58,8%** dizem que workshops e mentorias e cursos internos estão disponíveis como oportunidades profissionais para desenvolvimento da liderança feminina, **21,7%** preferiram não responder.

» **51,5%** não sabem se há remuneração igual para gêneros diferentes que ocupam mesmo cargo e funções. **36,9%** dizem que sim.  
» **46,5%** dizem que as pessoas possuem mesmas oportunidades, independente do gênero.



» Mas **44,1%** se sentem desconfortáveis em relação a oportunidades desiguais de promoção entre gêneros; diferenciação no tratamento; desigualdade de remuneração; e equidade. Porém o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional separadamente é o maior desafio, com **24%**. E **24,1%** preferiram não se manifestar.

» **52,7%** dizem não ter ou não saber dizer se a empresa possui uma estratégia e/ou programas especificamente voltados para o desenvolvimento das mulheres.

» **28,6%** dizem já ter sofrido ou presenciado algum tipo de assédio físico ou moral

» Ambiente, política, benefícios, cargos de gestão, sensibilização da liderança, e ações de capacitação feminina somam **mais de 50%** das ações consideradas cruciais para o alcance da equidade de gênero nas organizações





# Insights

## Mulheres



### Das respondentes (que se classificaram como mulheres):

1. Poucas mulheres **negras** (9,1%) e menos de 2% com **idade acima de 57 anos** – oportunidade para diversidade e inclusão;
2. Nível de escolaridade é mais alto: **43,4% possuem pós-graduação** versus 39,9% dos homens;
3. **Ocorre que:** quase **80% das mulheres não ocupam cargo de liderança** (x 41,5% dos homens);
4. **Sendo que:** Boa parte das respondentes **trabalha há mais de 10 anos no setor (30%)**, além de possuírem pós-graduação, e mesmo assim não ocupam posição de desafio/cargo de liderança. Além disso, atribuem à falta de oportunidade na empresa como principal causa, apesar de claramente terem “conhecimento e experiência” agregados.
5. A maioria das empresas aborda ou dá tratamento ao tema “equidade de gênero”, mas as respondentes indicaram que as ações estão mais focadas na parte de comunicação: Teoria x Prática:
  - **60%**, aproximadamente, entendem que equidade de gênero é abordada, **mas quase 45%** se sentem desconfortáveis com oportunidades desiguais;
  - Muitas não sabem dizer se a empresa possui uma estratégia e/ou programas especificamente voltados para o desenvolvimento das mulheres, o que **mostra pouca notoriedade e/ou divulgação das ações**, ou seja, a mensagem não está clara e nem gerando impacto;
  - As mulheres enxergaram maior disparidade de oportunidades entre homens e mulheres (considerando que os homens estão tendo mais oportunidades há anos – culturalmente -, sendo mais difícil enxergarem que há diferença de fato);

(continua...)



# Insights

## Mulheres/Consolidado



Das respondentes (que se classificaram como mulheres) – cont.:

6. **[Ponto de Atenção!]** Foi identificado **porcentagem elevada de “Prefiro Não responder”**, relacionada as questões ligadas a oportunidades iguais de promoção e remuneração entre os gêneros.
7. **Principais ações que acreditam serem cruciais para o alcance da equidade de gênero nas organizações:**
  - a) Melhorias no ambiente de trabalho;
  - b) Comunicação transparente e ações que saiam do papel – Teoria x Prática;
  - c) Orientação das mulheres oportunizando planejamento pessoal de como alcançarem o topo da carreira;
  - d) Ampliação da quantidade de mulheres em cargos de liderança ou com mais desafios;
  - e) Criação de benefícios que suportem a inserção da mulher no mercado de trabalho.

**A partir do resultado consolidado (Homens/Mulheres)** da presente pesquisa ficou evidente que **grande parte da força de trabalho se sente desconfortável em relação a oportunidades desiguais de promoção entre gêneros**, por mais que as empresas busquem promover e disponibilizar workshops, mentorias e cursos internos, como oportunidades profissionais para desenvolvimento da liderança feminina. Dentre os principais aspectos consolidados verificou-se convergência sobre a importância de fomentar:

- a) Equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, pois é considerado o que mais gera desconforto no ambiente de trabalho atual;
- b) Tratamento igualitário entre homens e mulheres;
- c) Remuneração condizente com o cargo, independente do gênero;
- d) Designação de mulheres para cargos de liderança/alto desafio.